مشهد با شهرآرا نیاز شهر به رسانه را حس کرد

بخش‌هایی از یک میزگرد به بهانه یازدهمین سالگرد چاپ روزنامه شهرآرا

یازدهمین سالگرد چاپ روزنامه شهرآرا بهانه‌ای شد برای سرکشی به آرشیو دهمین سالگرد چاپ این روزنامه و گپ و گفتی که در سه‌هزارمین شماره شهرآرا با ۳تن از اهالی رسانه کشور منتشر کرده بودیم. ۳سؤال ما از عباس عبدی، حجت‌الاسلام زائری و آرش خوشخو درباره ضرورت انتشار روزنامه از سوی شهرداری‌ها، جایگاه مردم و ویژگی‌های رسانه مردم بودن و پیشنهادهایی برای آینده این رسانه بود. حالا به بهانه یازدهمین سالگرد انتشار شهرآرا، خلاصه‌ای از گفت‌وگوی مفصل آن روز را که در شماره سه‌هزارم شهرآرا به چاپ رسیده بود، در ذیل می‌خوانید.

وجود شهرآرا در مشهد ضروری است

عباس عبدی: موضوعی که دارد اتفاق می‌افتد، موضوع شهری‌شدن است. جمعیت امروز ایران حدود ۷۰درصد شهری شده است، درحالی‌که در گذشته این‌طور نبود. بنابراین رسانه شهری هم یک ضرورت است. به نظر من اهمیت مشهد باعث می‌شود نیروهایی که ملی هستند، با مشهد ارتباط پیدا کنند. باتوجه‌به تیراژ روزنامه شهرآرا و جایگاه آن، وجودش کاملا ضروری است و امید باید داشت که بیشتر بتواند در این چارچوب حرکت کند.

محمدرضا زائری: یکی از اقتضائات بعد از پایان جنگ تحمیلی که کاملا برجسته بود، موضوع مدیریت‌شهری در تهران بود. طبیعتا مدیریت‌شهری برای تحقق نیازهایی که داشت، نیازمند داشتن رسانه بود. دلیل شکل‌گیری روزنامه همشهری هم تحقق همین هدف بود. همین الگو از تهران به دیگر شهرهای ایران مثل مشهد و اصفهان هم سرایت کرد. مشهد اولین جایی بود که به‌درستی این نیاز را حس کرد و شهرآرا تأسیس شد.

آرش خوشخو: در خیلی از مسائل فرهنگی و اقتصادی بسیاری از امکانات در تهران متمرکز شده بود. بعد از انقلاب تمام امکانات را الک کردند و دوباره پخش کردند. مشهد در این اتفاقات و توزیع جدید امکانات و به‌دلیل رابطه مستحکم این شهر با حکومت، سود زیادی برده است. این شهر خیلی مهم است و در سرنوشت آینده ایران اثرگذار است. روزنامه شهرآرا به‌عنوان یک روزنامه شهری، هرقدر داخل مشهد بچرخد و نیازهای مردم را جواب‌گو باشد، روزنامه موفق‌تری خواهد بود.

نباید خط مشی یک رسانه با تغییر شهردار تغییر کند

عبدی: نه فقط شهرداری، بلکه دولت هم بی‌معنی است که رسانه داشته باشد. رسانه باید نهادی مستقل باشد. رسانه قرار نیست بلندگوی یک نهاد رسمی یا حکومتی باشد. قرار نیست خط مشی یک رسانه با تغییر شهردار تغییر کند. رسانه قرار است که رسانه باشد، چه با این شهردار چه شهردار دیگر.

زائری: هرکسی از خدمات‌شهری استفاده می‌کند، به محض اینکه در جغرافیای ما قرار می‌گیرد، می‌شود هدف خدمات‌شهری. در سازمان پارک‌ها برایشان مهم است به چه کسی خدمات می‌دهند؟ رسانه هم باید در همین چارچوب عمل کند؛ یعنی شهرداری مواجه شده با یک تحول اجتماعی که طبقه‌ای جدید در جامعه شکل گرفته است و نیاز به آموزش دارد.

خوشخو: رابطه ما با حکومت مثل فرزند و پدر است؛ یعنی به ما رسیدگی می‌کند. اما در اروپا این رابطه مثل مستأجر و مدیر ساختمان است. تلویزیون ما ۲۰شبکه برای ما تأسیس می‌کند که خدای‌ناکرده جای دیگر آموزش نبینیم؛ دقیقا مثل یک پدر. در این زمینه شهرداری باید روزنامه دربیاورد.

نشریه وابسته با مشکل مخاطب مواجه است

عبدی: این مشکلی است که یک نشریه وابسته به نهاد عمومی با آن مواجه است. نشریه‌ای که وابسته به نهاد عمومی نباشد، چنین مشکلی ندارد و خودش تعریف می‌کند و می‌گوید من برای این گروه می‌نویسم. به نظر من، شما از مخاطب خود تعریف نکنید، از شهرداری تعریف کنید و شهرمحور قرار گیرید.

زائری: یکی از خدماتی که شهرداری به شهروندان خود می‌دهد، خدمات فرهنگی‌اجتماعی است، با کارکرد اطلاع‌رسانی، آموزش و مواردی از این دست.

خوشخو: یک روزنامه نمی‌تواند خودش را در رابطه با اتفاقات سیاسی داخلی بی‌تفاوت نگاه دارد؛ حتی در کلمات و ادبیات. ما کلمه و رویکرد اصلاح‌طلبانه داریم و کلمه و رویکرد غیراصلاح‌طلبانه. تمام چهره‌های سیاسی این کشور روزنامه‌نگار بوده‌اند. برای همه آن‌ها رسانه، محیطی برای صحبت‌کردن بوده است. این باعث می‌شود روزنامه‌ها حاکمیت نیمه‌حزبی پیدا کنند؛ حتی شهرآرا و همشهری.

هیچ‌وقت گدای مخاطب نباشید

زائری: به نظر من، مسئله اول روزنامه باید مردم باشد و شهروندی که تحولات جدی پیدا کرده است. امروز مخاطبان ما زیاد می‌دانند و دسترسی آن‌ها به اطلاعات زیاد است. این اهمیت دارد که مسئله ما مردم شوند. شهرآرا در ۱۰سال گذشته دستاوردهای مهمی داشته است؛ ضمائمی در این دوره منتشر شد و ضمائمی هم در دوره‌های قبل منتشر شده که مهم‌ترین آن شهرآرامحله است. رسانه شهری به‌جای اینکه با تلسکوپ کار کند، با میکروسکوپ کار می‌کند و قرار است ذره‌بینی به موضوعات بپردازد.

خوشخو: هیئت‌امنای قَدری داشته باشید. لحن مشخصی داشته باشید تا با آمدن شهردار جدید سیاست تغییر نکند. هزینه‌های روزنامه را حتما کاهش بدهید؛ این باعث دوام روزنامه می‌شود.

عبدی: هیچ‌وقت گدای مخاطب نباشید و دنبال مخاطب ندوید.

فاطمه رافع
معاون سردبیر

بر همان عهد که بودیم، بر آنیم هنوز

سال ۹۹ برای ما یعنی یازدهمین سال؛ یعنی ۱۱سال گذشته است از همان خرداد میمون و مبارکی که تصمیم گرفتیم شهرآرا را روزانه پیشکش نگاهتان کنیم. در این نوشتار بنا ندارم آنچه را که در ۱۰سال گذشته بر روزنامه مردم مشهد گذشته است مرور کنم، چراکه شما همراهان همیشگی بهتر از من به آن واقفید؛ فقط نیم‌نگاهی دارم به سال ۹۹. به خرافات اعتقادی ندارم اما پیش‌فرضم از سال ۹۹ این بود که تکرار ۲ عدد پشت‌سرهمش، به‌خصوص وقتی مقارن می‌شود با ۲ عدد یکِ پشت‌سرهمِ یازدهمین سال روزنامه شدن ما، شاید برای ما نویدِ روزهای خوب و خبرهای خوب باشد، یا دست‌کم این سال خوش‌قیافه (از نظر قرار گرفتن اعداد پشت‌سرهم) سال ویژه‌ای باشد و اتفاقات ویژه‌ای را هم رقم بزند. چشمتان روز بد نبیند اما از قضا همین‌طور هم شد. احتمالا می‌دانید منظورم چیست؛ اینکه هنوز سال ۹۹ نرسیده بود، سروکله این ویروس مرموز پیدا شد و کل جهان را زیرورو کرد و همه معادلات و مناسبات را به هم ریخت. این مهمان منحوسِ ناخوانده کار ما را هم تحت‌الشعاع حضورش قرار داد. در عصری که فضای مجازی به جنگ با رسانه‌های مکتوب آمده است و هر روز عرصه را بر کاغذی‌ها تنگ‌تر می‌کند، کرونا هم کار را برای ما سخت‌تر کرد و حتی در برهه‌ای باعث توقف انتشار نشریات کاغذی شد. اگرچه در همان روزهای توقف انتشار نسخه کاغذی مطبوعات هم در قالب نسخه الکترونیکی روزنامه شهرآرا همراهتان بودیم اما شیوع کرونا و وقفه کوتاه در چاپ کاغذی روزنامه‌ها، بیش از پیش این نکته را به ما اهالی مطبوعات یادآوری کرد که دیگر دوره صف بستن مردم برای خرید روزنامه تمام شده است و حالا عصری است که فضای مجازی حکمرانی می‌کند و به تبع آن، تحریریه و رسانه هم در فضای مجازی روزگارشان را می‌گذرانند؛ بااین‌حال و با وجود ایجاد بسترهای جدید در روزنامه شهرآرا برای تولید محتوا در فضای مجازی، خط‌مشی ما در این حوزه تغییری نکرده است و همان‌طور که در سوم خرداد ۱۳۸۸ با شما عهد بستیم، همچنان روزنامه مردم مشهد مانده‌ایم؛ گواه آن هم در روزهایی که کووید۱۹ خیلی‌ها را خانه‌نشین و دورکار کرده بود، این است که ما ماندیم و حالا کرونا شده بود سوژه خبرها و گزارش‌هایمان.

از رنج‌ها و دردها و مشکلاتی گفتیم و نوشتیم که این منحوسِ ناخوانده بر مردم مشهد تحمیل کرده است؛ از دل‌تنگیِ پزشک و پرستاری نوشتیم که در خط مقدم جبهه مقابله با کرونا روزهای زیادی را دور از خانواده مشغول خدمت بودند؛ حال‌وهوای غریبانه تدفین و تغسیل اموات را در روزهای شیوع کرونا برایتان روایت کردیم؛ از مصائب کارگرانی نوشتیم که کرونا نانشان را آجر کرده است و بنا به جبر روزگار صورتشان را با سیلی سرخ نگه داشته‌اند و... ؛ در کنار این رنج‌ها، از روایت همدلی‌ها هم غفلت نکردیم و از پویش‌های مختلفی نوشتیم که بانیان آن‌ها به دنبال کاستن از درد و رنج مردمی بودند که آوار بیکاری و بیماری بر سرشان خراب شده بود؛ روزگار زنان و مردانی را به تصویر کشیدیم که به صورت خودجوش وارد گود شدند و خیابان‌ها و معابر را ضدعفونی، یا ماسک، لوازم بهداشتی، بسته‌های معیشتی و... آماده می‌کردند.

القصه که به قول ادیب نیشابوری «بر همان عهد که بودیم، بر آنیم هنوز»

مجید ادیبی
معاون سردبیر

آینه‌ای برای مشهد

بهمن ۱۳۸۷ بود که یکی از دوستان قدیمی و روزنامه‌نگارم با من تماس گرفت و پیشنهاد یک جلسه کاری را مطرح کرد. قرار را برای فردای آن روز گذاشتم. مقرر شد بیاید دفتری که با ۲نفر از دوستان هنرمندم آنجا را به آتلیه‌ای کوچک تبدیل کرده بودیم و سرمان به کار هنر و خلق اثر هنری گرم بود.

آن روز تماس تلفنی دوست کاربلد روزنامه‌نگارم بدجور فکر و ذهنم را به خود مشغول کرده بود. سال‌ها با او همکار بودم و در نشریات مختلف با هم کار می‌کردیم. همکاری ما از ابتدای دهه ۸۰ شروع شده بود؛ در یک هفته‌نامه محلی. خاطرات مشترک بسیار داشتیم و روزنامه‌نگاری با اینکه مزایای دهان‌پرکنی برای ما نداشت، تمام زندگی و دغدغه ما بود؛ و البته اولویت همیشگی ما برای روزنامه‌نویسی، مشهد بود.

خودمان را عادت داده بودیم درباره تمام مشکلات و معضلات شهر بخوانیم و به‌اندازه توانمان برای مطرح کردن آن‌ها بنویسیم. همیشه در سرمان ایده‌های زیادی برای کار ژورنالیستی شهری وجود داشت. از هر ۲۰ ایده، ۲تای آن‌ها عملی می‌شد و بقیه به نتیجه دلخواه نمی‌رسید. چون شرط اول برای به نتیجه رسیدن آن همه ایده، داشتن یک روزنامه بود که بتوانیم درباره شهر و مسئله شهر بنویسیم؛ به‌ویژه درباره فرهنگ شهروندی، نسبتش با شهر و... . چیزی که تا آن زمان دغدغه روزنامه‌های شهر هم نبود، یا اگر بود، جایی برای پرداخت بیشتر، موشکافی و تحلیل نداشت.

فردای آن روز رسید و دوست روزنامه‌نگارم با هیجان و انرژی مثال‌زدنی که همیشه از او سراغ داشتم، به آتلیه آمد. بعد از کلی احوال‌پرسی، رفت سر اصل مطلب. گفت که قرار است شهرآرا روزنامه بشود. گفت که حالا زمان آن رسیده است تا کارهای نکرده‌مان را در حوزه روزنامه‌نگاری شهری دنبال کنیم و چه و چه. می‌خواست که پای کار باشم. من هم از خداخواسته، نه نگفتم. گفت منتظر بمانم تا جلسه اصلی با مدیرمسئول روزنامه برگزار شود. قرار شد خبر نهایی جلسه با مدیرمسئول را به من بدهد.

آن روز گذشت تا فروردین ۸۸. تماس گرفت و خبر داد که یکشنبه بروم شهرآرا. تأکید کرد سر ساعت مقرر خود را برسانم؛ ساعت ۱۱.

ما سر ساعت در دفتر آقای سیدجلال فیاضی بودیم که ایده روزنامه شدن شهرآرا و کار سخت به ثمر نشاندن آن با او بود. آقای فیاضی با کلی تجربه روزنامه‌نگاری و اندوخته‌های فراوان، چراغ راه را روشن کرده بود. در جلسه درباره شیوه کار، هدف‌ها و برنامه‌های روزنامه سخن گفت و علاوه بر آن بخشی از مرام‌نامه حرفه‌ای روزنامه را به ما یادآوری کرد؛ مرام‌نامه‌ای که سیاست‌بازی و سیاسی‌کاری در آن جایی نداشت. مهم‌ترین نکته جلسه و تأکید ویژه او، روزنامه‌نگاری شهری بود و ما قرار بود بخشی از کار را در حوزه فرهنگ شهروندی دنبال کنیم. تا آن روز هیچ‌کدام از رسانه‌های مشهد نه درباره فرهنگ شهروندی نوشته بودند و نه دغدغه آن را داشتند. از همه مهم‌تر، انگار نوشتن برای مشهد هم دغدغه مهمی نبود. همین کار را سخت می‌کرد؛ مثل کاشتن درخت در بیابانی بی‌انتها.

امروز شهرآرا با اتکا و اعتماد به نویسندگان جوان و خلاقش ناگفته‌های بسیاری از شهر گفته، کارهای سخت را به سرانجام رسانده است و کارهای بسیاری برای انجام دارد.

حالا ۱۱سال از روشن شدن چراغ روزنامه شهرآرا گذشته است؛ روزنامه‌ای با فرازونشیب‌های خاص خودش. اگر نگوییم شهرآرا همه‌چیز تمام است، می‌توانیم با صدای بلند بگوییم آینه شهر و روزنامه مردم مشهد است.

رضا سلیمان‌نوری
سردبیر شهرآرامحله

وظیفه ما

روایت چرایی و چگونگی انتشار نشریات از آن داستان‌هایی است که کمتر کسی از حواشی آن خبر دارد. حواشی‌ای که اگر قرار باشد قلمی شوند، در همان مراحل نخست مثنوی هفتاد من می‌شوند. این حواشی از همان لحظه تصمیم به تولید نشریه آغاز می‌شود و تا آخرین روز انتشار آن چون یک همزاد، همراه آن است و بیشتر و بیشتر می‌شود. حال حساب کنید وقتی نشریه‌ای ده‌سالگی‌اش را پشت سر گذاشته و وارد یازده‌سالگی شود (درست همان چیزی که در این چند روز آینده که تعطیلات عید فطر است برای شهرآرا رخ می‌دهد) چقدر داستان‌های گفته و نگفته دارد. داستان‌هایی که بسیاری از آن‌ها اگر قلمی شوند، به‌طور قطع از بسیاری دیگر از مطالب منتشرشده در همان نشریه خواندنی‌تر و جذاب‌تر هستند. کافی است تا تأملی مختصر کنید بر آنچه در طول یک هفته در نشریه‌ای چون شهرآرا منتشر می‌شود، تا سر خود را به نشانه تأیید جملات بالا تکان دهید و افسوس بخورید که چرا بسیاری از آن داستان‌ها نقل نمی‌شود. بی‌اطلاع از اینکه هر روزنامه‌نگاری به‌طور قطع می‌خواهد بهترین محصول را ارائه دهد، اما شرایط زمان و مکان باعث می‌شود تا به خود وعده بیان بسیاری از مسائل را در آینده دهد. آینده‌ای که گاهی پیش می‌آید و اغلب پیش نمی‌آید. این داستان تنها به خود روزنامه اختصاص ندارد و ضمائم آن را هم دربر می‌گیرد و در این بین حواشی و داستان‌های ناگفته ضمیمه‌ای محلی چون شهرآرامحله حتی در برخی موارد بیشتر از خود روزنامه است. چه آنکه شهرآرامحله با هدف این منتشر شد و می‌شود که زبان گویای مردمی باشد که تنها رسانه‌ها به هنگامی سراغ آنان می‌روند که واقعه‌ای خیلی خاص رخ داده باشد و در اصطلاح رسانه‌ای بمبی خبری را ترکانده باشند، وگرنه آنان مردمان کف کوچه و خیابان هستند. مردم کف کوچه و خیابان که هرکدام دارای داستان‌های ناگفته بسیارند و وظیفه شهرآرامحله شنیدن این داستان‌ها و انتشار آن‌ها در حد توان تعیین‌شده است. در حد توان، زیرا بسیاری از این داستان‌ها به دلیل حواشی خاص خود تنها قابل شنیدن و در صورت امکان روزی و روزگاری در قالب خاطره و روایت و داستانی با تغییر برخی از واقعیات اصلی ماجرا قابل انتشار هستند. چه بسیاری از آنچه بیان می‌شود و اهالی قلم می‌شنوند، دارای زوایای خاص اجتماعی یا فرهنگی و حتی حقوقی است که در صورت بیان خام و مستقیم آن‌ها می‌تواند حاشیه‌های (چه برای نشریه و چه برای بازگوکننده) به دنبال داشته باشد. این حاشیه‌ها به حدی زیاد است که نه روایت‌کننده را تحمل پذیرش آن‌هاست و نه در شهرآرامحله و خبرنگاران آن چنین توانی موجود است. کوتاه سخن آنکه وظیفه ذاتی هر روزنامه‌نگاری به هنگام رویارویی با مخاطب شنیدن سخنان اوست در ابتدا و انعکاس قانونمند آن در درجه بعد. این انعکاس هم شاید امروز باشد و شاید فردایی دور، اما مخاطب باید بداند که اهل رسانه اگر به هر دلیل نتوانند حرف دل آنان را به صراحت و کامل منعکس کنند، به‌طور قطع حافظ اسرار و گوش شنوای خوبی هستند. آن هم گوش شنوایی که تلاش دارد بر اساس وظیفه ذاتی خود، شنیده‌هایش را آن‌گونه قلمی کند که کمترین گزند و بیشترین نفع ممکن را برای مخاطبش (چه فردی که او را سنگ صبور دانسته و چه آن که وقت گران‌بهایش را به خوانش نوشته‌های وی اختصاص می‌دهد) به همراه داشته باشد.

حمیدرضا معصومیان
معاون سردبیر

حرفی برای گفتن در شهرآرا

اول / روزنامه شهرآرا از روز شنبه وارد یازدهمین سال حیاتش می‌شود. سوم خرداد ۸۸ سومین روزنامه شهر مشهد در حالی پا به عرصه وجود گذاشت که باوجود سابقه‌ای شانزده‌ساله، جایی درست در میان اهالی مطبوعات نداشت. با اینکه سال‌ها این رسانه به‌عنوان هفته‌نامه در مشهد منتشر می‌شد و حتی در دوره‌ای به صورت خانه‌به‌خانه توزیع هم می‌شد، اما زمانی که تبدیل به روزنامه شد، کم مخالف نداشت. از مدیران شهرداری و شورای شهر بگیرید تا اهالی رسانه و حتی کارشناسان این حوزه که استدلالشان این بود که با بودن ۲ روزنامه پرقدرت در شهر مشهد، دیگر حرفی برای گفتن نمی‌ماند که یکی مثل شهرآرا بخواهد بزند. به نظر آن‌ها شهرآرا در همان قواره هفته‌نامه‌اش هم حرفی برای گفتن نداشت، چه برسد به اینکه هر روز میهمان خانه‌های مردم شود.

دوم / انتشار شهرآرا در لباس جدید با همه مخالفت‌ها آغاز شد و طولی نکشید که نسبت انبوه مخالفان به موافقان عوض شد. شهرآرا به دل مردم رفته بود و به‌همین‌دلیل ساده نه‌تنها برخلاف آنچه می‌گفتند در کمتر از یک سال زمین نخورد، بلکه محبوب مشهدی‌ها هم شد. مردم حرف برای گفتن زیاد داشتند و شهرآرا هم گوش برای شنیدن. این‌گونه شد که روزنامه سوم مردم مشهد ماند و ماند تا حالا که می‌خواهد یازده‌ساله شود. عمری که در قیاس با خراسانِ هفتادودوساله و قدسِ سی‌ودوساله شهر مان رقمی نیست و به قاعده باید به‌همین‌اندازه از آن انتظار داشت.

سوم / شهرآرا در این راه یازده‌ساله به ضرورت ساختاری که برای آن تعریف شده (به غلط یا درستش کاری نداریم)، بارها تغییرراهبرد داده است؛ اما تغییر مسیر نه. به‌عنوان رسانه‌ای که مُهر مشهدی‌بودن را بر پیشانی دارد، شهرآرا بارها و بارها مطالبه‌گر حقوق مردم بوده است. در ماجرای قطارشهری، در داستان غم‌بار حاشیه‌نشینان، در تراژدی سبزی‌های آلوده کشف‌رود، در قصه سامان‌دهی آرامگاه فردوسی، در مشکل عجیب بافت فرسوده اطراف حرم، در معضل ترافیک و موضوعات بسیار دیگری از این‌دست شهرآرا همیشه خواسته که حرف مردم را بزند. اینکه چقدر در این امر موفق بوده را باید مردم قضاوت کنند؛ اما در اینکه خبرنگاران و مدیران این مجموعه در راه انجامش کوشا بوده‌اند، نباید شک کرد.

چهارم / در روزگاری هستیم که عملکردها به‌گونه‌ای بوده که حرفی برای گفتن نگذاشته و این موضوع، کار اهالی رسانه را سخت کرده است. مردم به‌حق گلایه و انتقاد دارند و حرف‌های دلشان تمام‌شدنی نیست. سیاست‌های اشتباه زندگی را برای بسیاری از مردم سخت کرده و دراین‌میان یافتن راهی برای اینکه هم حرف مردم گفته شود و هم گزک به دست بدخواهان داخلی و خارجی داده نشود، دغدغه ای تمام نشدنی برای جماعت روزنامه‌نگار شده است. هجوم رسانه‌های نامعتبر و نامطمئن به زندگی مردم این معادله را سخت‌تر هم کرده و دراین‌میان برای شهرآرا که می‌خواهد همچنان آینه جامعه مخاطبش باشد، این پرسش مهم و اساسی پیش‌روست که چقدر می‌توان دوام آورد؟!

خدا کند روزی برسد که حرفی برای گفتن باشد، حرفی از امید، از زندگی و از آینده.